

## Publicación electrónica

Ramón Salaverría

Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra

<rsalaver@unav.es>

# De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital

*Resumen: la prensa digital en Internet, a medida que se multiplicaba durante los últimos años, ha experimentado un primer asentamiento de estándares técnicos y profesionales. Las innovaciones documentales y comerciales han protagonizado los avances durante este tiempo, pero no han ido acompañadas de una evolución paralela en los modos de redactar la información. Las técnicas redaccionales clásicas de la prensa de papel, tales como el empleo en la escritura de noticias del formato textual conocido como pirámide invertida, se han trasladado a la publicación en Internet y apenas se han incoado formas nuevas de informar que aprovechen a fondo las potencialidades hipertextuales del nuevo medio. En este artículo se propone el empleo de los tipos básicos de escrito -narración, descripción, exposición y argumentación- como nuevo criterio para organizar y redactar las informaciones periodísticas en Internet.*

## 1. Nuevos medios, viejos problemas

Desde que a principios de los años 1990 algunos periódicos se animaron a lanzar las primeras ediciones digitales en el *World Wide Web*, los estándares profesionales de la prensa en Internet han experimentado un rápido proceso de expansión y asentamiento. Al tiempo que el número de diarios digitales se multiplicaba con rapidez en los países avanzados, se ha extendido un primer consenso internacional sobre algunas de las características formales y de contenido que debe observar todo periódico digital de cierta calidad.

La sencillez de Internet para examinar las ofertas informativas de los principales periódicos del mundo, unida a la tendencia de la prensa a imitar los modelos de prestigio, han favorecido que diarios como *The New York Times*, *The Wall Street Journal* o *Chicago Tribune*, entre otros, hayan marcado las líneas por las que se ha regido la mayoría de los periódicos al diseñar sus respectivas ediciones digitales. Así, de la inicial desorientación de mediados de este decenio, que dio lugar a publicaciones poco atractivas y difíciles de navegar, muchos periódicos digitales han convergido en formato y contenidos cada vez más homogéneos.

A las puertas del nuevo siglo, los estándares periodísticos de los diarios digitales siguen, sin embargo, bastante lejos de haber alcanzado un consenso y asentamiento definitivos: la prensa en Internet continua en fase experimental. La creciente competencia entre los periódicos digitales los empuja a introducir paulatinamente nuevas posibilidades de personalización, documentación y, sobre todo, de interactividad

y actualización de los contenidos informativos. Así, en los periódicos digitales no es raro toparse, casi a diario, con nuevas ofertas de servicios y secciones; de igual modo, los diseños de páginas e incluso de cabeceras de diarios apenas si perduran unos meses hasta que se modifican de nuevo. La ductilidad del medio digital, mucho mayor que la del diario de papel, fomenta esta constante renovación formal.

Pero si bien esta facilidad para la mudanza en los diarios digitales es máxima en teoría, lo cierto es que la innovación no está alcanzando con igual ritmo las diversas áreas del nuevo medio. Se innova, sobre todo, en los aspectos tecnológicos relacionados con la gestión documental de las publicaciones (se crean índices y buscadores internos del medio, se franquea el acceso de los lectores al archivo reciente, se ofertan bases de datos temáticas, etc.) y se innova también en los aspectos comerciales y de interactividad con los usuarios (aparece todo tipo de consultorios y foros, se agiliza la sección de cartas al director, se multiplican las modalidades publicitarias, se incorpora el comercio electrónico, etc.).

Frente a este notable avance en los aspectos más instrumentales, las técnicas profesionales que se relacionan con la esencia del trabajo periodístico, aquellas que afectan al contenido informativo y a la manera en la que éste se comunica, apenas si han dado pasos adelante. Las formas de presentar las noticias y, en particular, los criterios de estructuración redaccional y puesta en página de los textos informativos muestran un peligroso estancamiento. Una vez más, en la historia del periodismo los avances técnicos no se ven acompañados por una evolución paralela en las rutinas profesionales.

Las razones para este inmovilismo deben buscarse en condicionamientos empresariales y académicos. Por una parte, la apuesta de las empresas editoras de periódicos por la prensa digital sigue siendo de ordinario muy tímida. Las incógnitas económicas que aún suscita este nuevo medio disuaden la inversión y muchos periódicos se contentan por el momento con estar presentes en la Red; otros ni siquiera eso. Por otra parte, la investigación universitaria sobre este fenómeno tan reciente apenas si ha empezado a producir sus primeros frutos y, en concreto, no se han propuesto todavía nuevas pautas para elaborar información periodística que aproveche a fondo las potencialidades de Internet. Así las cosas, siguen sin existir diferencias entre las noticias que se publican en los diarios tradicionales de papel y los textos que se ofrecen a los internautas a través de los periódicos digitales.

En España, la mayoría de los periódicos publica todavía meros volcados o reproducciones literales de lo que han elaborado para sus respectivas ediciones impresas. Y esto arroja una alarmante conclusión: la de que, hoy por hoy, el diario de papel y el periódico digital no son en absoluto complementarios entre sí sino directos competidores.

El problema podría formularse de la siguiente manera: los periodistas han empezado a escribir en Internet pero siguen sin saber escribir para Internet. Y esto significa que olvidan un matiz fundamental: que el lector del diario tradicional no demanda las mismas cosas ni de la misma manera que el usuario de Internet.

## 2. La redacción periodística clásica ante la prensa digital

Un aspecto de esta falta de adaptación al nuevo medio afecta a la redacción periodística. Los textos periodísticos -noticias, entrevistas, columnas, reportajes, editoriales, etc.- concebidos para su publicación en el diario tradicional de papel chocan con ciertas peculiaridades formales y estructurales de la nueva prensa digital.

Hay problemas de diverso tipo. Para empezar, de extensión: los artículos pensados para la edición en papel, cuando se trasladan sin más al ordenador, resultan por lo general demasiado extensos y obligan al lector a la engorrosa tarea de avanzar en el texto a lo largo de varias pantallas; además, no le permiten conocer de un vistazo la extensión total del texto por lo que obligan a una lectura desorientada sin ofrecer una idea aproximada de la cantidad de información que se proporciona. Esto implica que el lector, sin advertirlo, puede dejar de leer detalles sustanciales del texto informativo porque supone que ya se le ha ofrecido la información relevante en los primeros párrafos y apenas le resta texto por leer.

También resultan comunes los problemas referidos a la datación de los textos. En los periódicos de papel existe una tendencia a suprimir la referencia temporal en el cuerpo del texto de las noticias, pues los redactores presuponen que, aún si no se aporta ese dato, el lector inferirá que el acontecimiento del que se le informa ocurrió la víspera. Sin embargo, cuando esos textos pasan a publicarse en la edición digital esta práctica acarrea confusión. Y es que el concepto del "hoy" se difumina en un entorno como Internet que puede ser consultado simultáneamente desde los veinticuatro husos horarios del mundo y a cuyos contenidos, gracias a los archivos en línea, puede accederse varios días, meses o años después de la publicación original. La necesidad de una exacta referencia temporal dentro del texto se hace, de hecho, mucho más obligada en la medida en que los diarios digitales tienden hacia la actualización constante de las informaciones; las referencias temporales generales --"hoy", "ayer", "esta mañana"-- se tornan insuficientes cuando las noticias se actualizan con ritmos de horas o, incluso, de minutos.

Otro problema tiene que ver con el uso de titulares creativos y poco denotativos, tales como citas textuales entrecomilladas

sin identificación de la fuente, títulos alegóricos o titulares informativamente incompletos. Este tipo de títulos abunda en los diarios de papel pero su interpretación en éstos apenas presenta problemas para el lector, pues cuenta con informaciones añadidas como subtítulos, cabeceras, fotografías o iconos que le permiten interpretar el sentido real de cada titular e identificar la fuente de la que proviene. Sin embargo, los editores de algunos periódicos digitales parecen no haber caído en la cuenta de que la ausencia de estos apoyos informativos presentes en los diarios de papel imposibilita la decodificación de algunos titulares por parte de los usuarios de Internet.

Baste el siguiente par de ejemplos para comprobado. En el índice de la sección de Deportes del 17 de mayo de 1999, la edición digital de "El Diario Vasco" anunciaba dos noticias sin más información que los siguientes titulares: "Hemos podido sentenciar" y "Podemos respirar tranquilos". ¿A quiénes correspondían esas frases? ¿Qué las había originado? Más aún, ¿a qué deporte se referían? Imposible averiguado. Sólo si uno accedía al cuerpo de la noticia de esos titulares descubría que en el primer caso la frase correspondía a Bernd Krauss, entrenador de la Real Sociedad, que se lamentaba tras empatar con el Celta, y la segunda, a una expresión de alivio de un jugador de baloncesto del Askatuak de San Sebastián tras eludir definitivamente el descenso.

Hemos enumerado varios problemas de inadaptación de la redacción periodística tradicional a la nueva prensa en Internet, pero, por citar un problema más, mencionaremos la falta de un criterio claro en el uso de los enlaces hipertextuales insertos en el texto. Es un problema que recuerda el mito de la caja de Pandora: cuando, en mitad de la lectura de una noticia, el lector topa con uno de estos enlaces desconoce qué tipo de información se desplegará en su pantalla si pulsa en él; el enlace puede dar paso a otro artículo de la misma edición, a textos documentales del archivo, a páginas ajenas a la publicación o, quién sabe, incluso a publicidad indeseada. En cualquier caso, supone una incógnita para el lector que no parece acorde con la claridad informativa que debe presidir todo producto periodístico.

Para superar estos problemas y ajustar la oferta informativa de los periódicos digitales a las demandas de los usuarios de Internet urge, en definitiva, repensar los modos en que se escriben los tipos de textos periodísticos y, en concreto, su variedad más común: las noticias.

## 3. La nueva clave para la redacción

Durante el siglo XX, la noticia periodística se ha ajustado al patrón textual conocido como **pirámide invertida**. Esta estructura discursiva se caracteriza por comenzar con un resumen del hecho noticioso al que siguen, hasta donde permita el espacio, desarrollos informativos con datos, explicaciones y citas textuales en orden de interés decreciente. Con este formato, los datos se acumulan con facilidad puesto que el redactor se preocupa tan sólo por incluir el máximo número de detalles, descuidando otros valores como la ilación narrativa. En la redaccional, esto conlleva



que se resientan a menudo las transiciones internas del texto y que cada párrafo funcione con absoluta autonomía gramatical y de contenido. El texto al que da lugar el formato de pirámide invertida cabría representarlo, por tanto, como una columna de bloques inconexos dotados de información independiente. Sin embargo, la representación gráfica tradicional presenta esta estructura como un triángulo en cuya parte superior se reserva la información sustancial y la menos relevante en su vértice inferior.

Si la pirámide invertida ha sido el patrón redaccional hegemónico entre los periodistas de todo el mundo, no es de extrañar que la inercia profesional y la mencionada tendencia al volcado de los textos en Internet hayan conducido a que, hoy por hoy, este formato reine también en los periódicos digitales. Los contados ejemplos de nuevas variantes textuales que se espigan en la prensa digital apenas si asoman de vez en cuando en suplementos especiales alejados del día a día de la noticia.

La cuestión es si el formato piramidal, cuyos pros y contras han sido ampliamente debatidos en el marco del diario de papel, ofrece las mismas ventajas e inconvenientes para la escritura de noticias en periódicos digitales. Una aproximación somera a las características del nuevo medio sugiere que no es así. Y ello, entre otras razones, porque trasladar sin más una estructura cerrada como la pirámide invertida al periódico digital supone prescindir del nuevo recurso periodístico clave: el **hipertexto**.

Gracias al empleo adecuado del hipertexto como recurso redaccional, la noticia en el periódico digital puede superar una limitación y ganar algo de lo que carece. Puede librarse por un lado de la redundancia y previsibilidad que acarrea la pirámide invertida -pues con ella la noticia se configura como una sucesiva amplificación de datos, sin lugar para la intriga- y puede adquirir, por el contrario, el desarrollo informativo y estructural del que en buena medida adolece en la prensa de papel.

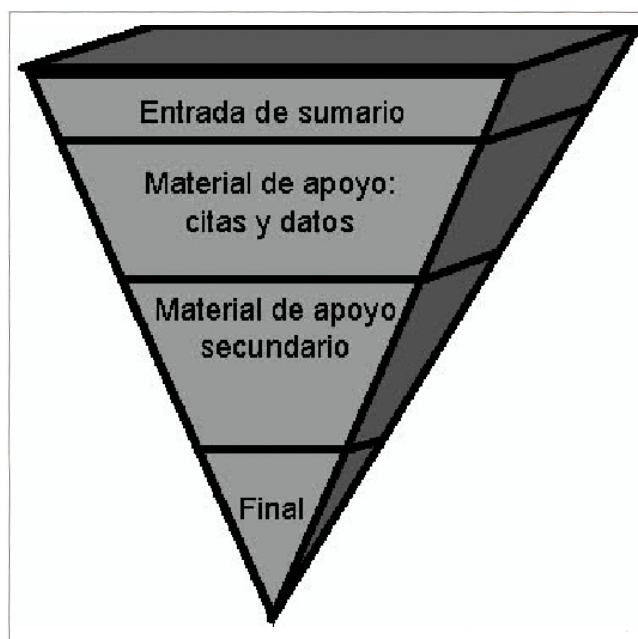


Figura 1: La noticia en pirámide invertida

En virtud del hipertexto, por ejemplo, ya no es obligatorio incorporar en el cuerpo de la noticia pasajes documentales (por tales entendemos desde una simple aclaración de unas siglas hasta, por ejemplo, pasajes biográficos de personas mencionadas en el texto o piezas contextualizadoras con los episodios pasados de la noticia que se comunica). Un enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos bien mediante recursos infográficos (mapas, recreaciones virtuales ...) o audiovisuales (declaraciones, vídeos ...).

En definitiva, el hipertexto pone, por primera vez, en manos del lector --no del periodista-- la posibilidad de ampliar hasta donde desee la contextualización documental de cada información y, al mismo tiempo, le libera de leer pasajes documentales indeseados que ralentizan y oscurecen la lectura.

En lo que afecta a los redactores, la asimilación de la escritura hipertextual exige una renovación en los modos de estructurar y escribir la información. La novedad principal que acarrea el hipertexto es que, a la hora de redactar la noticia, el periodista debe ser mucho más consciente de los elementos informativos que la conforman. Debe discernir mejor entre la información de última hora y la información documental contextualizadora; debe diferenciar entre la explicación de datos, la descripción de lugares y el relato de acontecimientos; debe identificar con qué soporte -textual, gráfico o sonoro- se informa mejor sobre cada uno de los aspectos de la noticia. En definitiva, la organización hipertextual de la información obliga al periodista a realizar un mayor esfuerzo de selección y jerarquía de los elementos de la información, tareas éstas radicalmente periodísticas.

La perpetuación de formatos textuales rígidos se muestra especialmente inapropiada ante estas nuevas exigencias. Es el hecho noticioso el que debe configurar la estructura textual de la noticia y no a la inversa. Con el hipertexto ya no hay lugar para los moldes, pero sí para los modos. La desaparición de moldes textuales preestablecidos no implica, sin embargo, la inexistencia de pautas para la organización de la información sino --y esto es lo importante-- el desarrollo de nuevos criterios estructurales. A nuestro entender, estos nuevos modos de estructurar la información en entornos hipertextuales bien pueden venir de la recuperación de unos elementos menospreciados durante años por los periodistas: los tipos básicos de escrito o modalidades básicas de enunciación. A saber: la narración, la descripción, la exposición y la argumentación.

Los cuatro tipos básicos de escrito se sitúan en el nivel anterior a los géneros periodísticos y actúan como elementos compositivos de éstos. Son, para entendernos, algo así como los ingredientes de todo texto periodístico. Un editorial, por ejemplo, puede contener pasajes descriptivo-narrativos para relatar el hecho sobre el que se va a argumentar, pasajes expositivos en los que se aportan datos que cimentan las conclusiones y, por fin, pasajes explícitamente argumentativos en los que se enjuicia algo. El género de la noticia, por su parte, es un tipo de texto periodístico en el que, dependiendo del contenido que se comunique --desde relatos de acontecimientos hasta simples datos--, se conjuga lo



Figura 2: La célula informativa

descriptivo-narrativo con lo expositivo. Por eso, si los tipos de escrito funcionan de hecho como unidades estructurales de sentido dentro de los géneros periodísticos tradicionales, salta a la vista su utilidad como criterio para descomponer estos textos en conjuntos orgánicos enlazados mediante el hipertexto. Por seguir con la comparación anterior, el hipertexto viene a proporcionar una modalidad de *self-service* periodístico: permite que cada lector se alíe su propio plato informativo con los ingredientes que desee y en el orden y cantidad que le apetezca.

Parece que la práctica profesional empieza de hecho a derivar hacia esta mudanza de paradigma. En el diario *Los Angeles Times*, los redactores de la versión digital acostumbran a escribir breves piezas textuales autónomas a propósito de una información (un resumen del acontecimiento, un breve perfil de los protagonistas, una ampliación documental, etc.) y, a continuación, las unen mediante enlaces hipertextuales, con lo que el resultado es un conjunto orgánico con unidad temática. Se construye un mensaje periodístico mediante la suma de piezas informativas autónomas.

Todo esto indica, en fin, que es posible empezar a superar la fase actual en la que los diarios digitales se contentan de ordinario con reproducir el texto íntegro de una información previamente publicada en el periódico de papel. Con el nuevo criterio de los tipos básicos de escrito esa misma información podría quedar descompuesta en varias unidades textuales e infográficas de sentido pleno, distribuidas en diversas pantallas enlazadas en función de su contenido: por un lado, podría aparecer una descripción del lugar del hecho (textual, gráfica o híbrida); por otro lado, una narración escueta del evento, si lo hubiera; y, por último, una exposición de los datos y citas textuales que ayudaran a explicar la

noticia. La añadidura de material documental y la actualización informativa constantes, tareas cada vez más cotidianas en los periódicos digitales, quedarían de igual modo simplificadas con esta estructura orgánica. El esquema de una noticia conformada según estos nuevos criterios ya no cabría representado como una estructura cerrada, sino como un conjunto de elementos interconectados mediante el hipertexto y cuyas partes vendrían dictadas por el acontecimiento informativo comunicado en cada caso. Respondería, en definitiva, a lo que en algún medio digital hispano ya han dado en denominar células informativas.

La validez de este criterio de los tipos básicos de escrito en la organización hipertextual de las noticias no ha sido contrastada todavía. Desde el mundo académico, es preciso que busquemos esquemas fácilmente asimilables y aplicables por los periodistas. La sencillez de una pirámide invertida difícilmente puede ser suplantada todavía por estructuras multiformes que obligan al periodista a un mayor esfuerzo de clasificación del material informativo. No es tan fácil como parece distinguir entre un relato, un retrato, una explicación o un discurso, y todo ello bajo la presión del tiempo. Sin embargo, parece claro que las características hipertextuales del nuevo medio reclaman estándares redaccionales renovados que faciliten la descomposición de los textos periodísticos en unidades plenas de sentido. Para este objetivo, creemos que el uso de los tipos básicos de escrito otorga una fórmula útil para que los periodistas actualicen su profesión en el nuevo territorio de la prensa digital.